

둘째, 광고 결합 센터(80-5)(80-5)는 그 전자 우편의 학습 콘텐츠를 분석한 다음 상표 등의 표장 콘텐츠를 결합한다. 여기서 상표 등의 표장 콘텐츠뿐만 아니라, 다른 광고 콘텐츠를 삽입할 수도 있다.(80-5)

셋째, 광고 관리 센터가 이를 학습&자(80-1)에게 전송한다. 이 때, 광고 관리 센터는 학습 학습 콘텐츠 제공자(80-2)(80-2)(80-2)(30-6a 또는 30-6b)에게 발송 확인 정보를 보낼 수 있다(30-7).

#### 개인 학습&자(80-1)

학습 콘텐츠를 전송받은 학습&자(80-1)가 자신의 학습 콘텐츠를 광고 결합 센터(80-5)(80-5)로 전송하여 상표 등의 표장 콘텐츠가 결합된 콘텐츠를 전송 받을 수 있다. 이는 특히 상표 등의 표장 콘텐츠에 노출되어 보상이 매개될 경우 특히 유용할 수 있다. 이 광고 결합 센터(80-5)(80-5)는 학습&자(80-1)의 컴퓨터 내부에 있을 수도 있다.

외부에서 상표 등의 표장 콘텐츠를 부착하는 것의 장점

첫째, 각 개별 웹사이트들이 분석 및 상표 등의 표장 콘텐츠를 부착하기 어렵기 때문이다.

둘째, 각 콘텐츠에 광고가 결합되면 보상(광고비 등)이 매개될 수 있는데 이 때 개별 웹사이트들이 수많은 광고주를 모으기가 쉽지 않기 때문이다.

외부에서 상표 등의 표장 콘텐츠를 부착하는 것에 보상이 매개될 경우의 모

첫째, 광고 결합 센터(80-5)(80-5)는 자신이 광고주를 모으고, 각 광고주 별로 자신들의 상표 등의 표장 콘텐츠가 노출되는데 대한 총보상에 대한 계약을 체결한다. 이 과정은 광고 결합 센터(80-5)(80-5) 내에 있는 보상 관리 프로그램(80-5)이 수행할 수 있다.

둘째, 광고 결합 센터(80-5)(80-5)는 개별 웹사이트, 외부로 나가는 전자 우편 또는 학습 콘텐츠 전송, 개인 학습&자(80-1)들이 광고 결합 센터(80-5)(80-5)를 통해서 상표 등의 표장 콘텐츠 및 통상의 광고 콘텐츠가 결합된 학습 콘텐츠를 받았을 경우, 광고 결합 센터(80-5)(80-5)로 학습 콘텐츠를 보낸 개개의 주체 또는 광고 관리 센터로부터 상표 등의 표장 콘텐츠가 결합된 콘텐츠를 받은 자들에 대하여 수신 여부, 노출 여부, 노출의 정도 등 광고 효과를 측정하는 각종의 방법에 기초하여 계산되거나 계약된 보상을 지불할 수 있다. 이 광고 결합 센터(80-5)(80-5)에서 각 학습&자(80-1) 또는 학습 콘텐츠 제공자(80-2)(80-2)(30-6a 또는 30-6b)들에게 보상을 지불하는 것은 보상 관리 프로그램(80-5)이 담당한다.

이미지, 동영상 콘텐츠에 상표 등의 표장 콘텐츠 결합

개요

세상에 존재하는 시각적 이미지들은 그 시각적 이미지에 대응하는 물건이나 상황 또는 동작의 표현일 수 있으며, 물건이나 상황 또는 동작에 대해서는 상품 등의 명칭을 부여할 수 있다. 즉, 이미지의 전부나 일부분에 대하여 이를 상품 등의 명칭과 결합할 수 있다는 것이다. 가령 휴대폰에 대한 그림이 있을 경우, 이 그림에 대해서 휴대폰이라는 상품 등의 명칭을 대응시킬 수 있다. 또한, 목걸이를 한 개에 대한 그림이 있을 경우 개 자체에 대해서 '개'라는 상품 등의 명칭을 결합할 수 있으며, 개가 한 목걸이에 대해서 '개 목걸이'라는 상품 등의 명칭을 결합할 수 있다. 청소하는 이미지에 대해서 '청소'라는 서비스 명칭을 부여할 수 있다.

용어의 정의

이미지 등에 대한 명칭 : 이미지의 전부나 일부분에 대해서 상품 등의 명칭을 대응할 수 있으며, 대응하는 과정을 '상품 등의 명칭의 추출'이라 하고, 그 추출된 명칭을 그 이미지와 관련하여 '이미지 등에 대한 명칭'이라 한다.

이미지 또는 이미지 콘텐츠: 본 발명이 말하는 이미지 콘텐츠는 실사(picture), 사람이나 컴퓨터로 그린 애니메이션, 캐릭터 등 시각으로 파악되는 텍스트(문자, 숫자, 기호)가 아닌 콘텐츠(동영상도 프레임 단위로 만들어 질 때 그 프레임은 이미지이다)를 말한다. 이러한 이미지에는 홀로그램 영상, 가상 현실 상의 이미지를 포함한다.

오브젝트(object)의 결합으로서의 이미지 : 컴퓨터 그래픽으로 이미지의 작업을 할 때, 선도(line image)에 의해서 구분되는 각각의 대상 중, 특정한 선도 또는 선도의 집합은 오브젝트로서 하나의 의미있는 구분 단위가 될 수 있다. 가령, 방울이 달린 개목걸이를 한 개의 그림에서, 개목걸이를 나타내는 선도 해당 부분은 하나의 의미를 가지는 오브젝트일 수 있으며, 개 목걸이의 구성 부분 중에서도 방울 부분은 또다른 오브젝트일 수 있다. 그러므로, 하나의 이미지는 오브젝트의 하나 또는 둘 이상의 결합일 수 있다.

이미지, 동영상 콘텐츠에 상표 등의 표장 콘텐츠 부착에 대한 발명의 구성

오브젝트에 상품 등의 명칭을 부여하는 단계

이미지의 전체(95 - 1) 또는 부분(95 - 2)을 오브젝트 단위로 볼 때, 이미지 전체 오브젝트 또는 개별 오브젝트에는 상품 등의 명칭을 대응시킬 수 있다. 이 대응은 각 오브젝트에(95 - 2a) 대한 설명(, 95 - a')에서 있는 학습 콘텐츠를 분석하고, 상품 등의 명칭(95 - 2a" )이 있다면 그 명칭을 추출하여 사용할 수 있고, 설명에서 상품 등의 명칭이 없다면 사람이 각 오브젝트별로(95 - 2b) 상품 등의 명칭을 부여할 수 있다.(95 - b') 이 과정을 통해서 각 오브젝트 중의 일부 또는 전부에 대해서 상품 등의 명칭이 1:1 또는 1:다수가 대응 관계를 맺게 된다.(95 - 3)

명칭 부여 이후의 과정

각 오브젝트에 상품 등의 명칭이 부여 되면, 각 오브젝트가 학습 콘텐츠에 들어가는 것으로서 상기의 발명을 준용할 수 있다. 즉, 상기의 발명들은 학습 콘텐츠에 대해서 상품 등의 명칭을 추출해 내는 과정을 밟아 학습 콘텐츠에 대해서 상품 등의 명칭을 1:1 또는 1: 다수의 대응 관계를 성립시켰다면, 본 발명에서는 오브젝트에 상품 등의 명칭을 대응시킴으로써(추출 과정을 오브젝트에 상품 등의 명칭 대응으로 치환) 동일한 1:1 또는 1: 다수의 대응관계의 성립을 가져오게 된다. 그러므로, 상기의 전 발명에서 학습 콘텐츠 자리에 이미지가 대응되고, 학습 콘텐츠에서 상품 등의 명칭을 추출하는 것에 이미지에서 오브젝트를 찾아 상품 등의 명칭을 대응시키는 과정이 서로 대응된다. 일단 상품 등의 명칭이 밝혀 지면, 다시 그 상품 등의 명칭에 대응하는 상표 등의 표장 콘텐츠를 찾을 수 있고, 이것을 본 발명이 제시하는 학습 콘텐츠와 상표 등의 표장 콘텐츠의 결합 과정을 준용하여 이미지 콘텐츠 또는 그 부분인 오브젝트 단위의 콘텐츠와 상표 등의 표장 콘텐츠를 결합시킬 수 있다. 이 때, 표시 방법은 학습 콘텐츠와 상표 등의 표장 콘텐츠의 결합된 콘텐츠를 표시하는 방법 및 과정을 하나 또는 복수개를 대등하게 준용해서 사용할 수 있다.

동영상에의 준용

동영상은 이미지의 연속이므로, 개개의 이미지에 이미지 동영상 콘텐츠에 대한 상표 등의 표장 콘텐츠를 부착하는 방법을 준용하여 적용할 수 있다.

광고 선택 등을 통한 개인별 최적화된 학습지

광고 선택 개념

본 발명의 사상은 본질적으로 텍스트 또는 이미지 또는 소리로 된 광고를 학습물과 결합하여 일체로 제공해 주는 것이다. 또한, 학습자(80-1)들은 자신이 선호하는 브랜드, 제품 등이 있을 수 있다. 그러므로, 학습에서 자신이 선호하는 브랜드가 나오면 학습의 흥미를 더욱 샘솟게 할 수 있음과 동시에 광고 효과 또한 클 수가 있다. 예를 들면, Baskin Robbins 31의 아이스크림을 특별히 좋아하는 학습자(80-1)라면 다른 아이스크림보다 Baskin Robbins 31 상표 등의 표장 콘텐츠가 붙어 있는 텍스트 또는 이미지 학습 콘텐츠를 학습물로 제시해 주는 것이 통상의 보통 아이스크림 그림 또는 텍스트로 제공해 주는 것보다 학습에 훨씬 더 흥미를 유발시킬 수 있다. 또한 학습자(80-1)가 자신의 선호 정보를 더욱 상세하게 입력하였다면 더욱 더 학습자(80-1)의 구미에 맞는 학습 콘텐츠를 제공해 줄 수도 있다.

I want to eat icecream. (통상)

I want to eat Baskin Robbins 31 icecream. (Baskin Robbins 31 을 아이스크림 선호 정보로 입력한 경우)

I want to eat Berry Berry Strawberry icecream. (상세 정보를 입력한 경우) 이는 특히 이미지의 교체의 경우 더욱 유용하다. 즉, 피자헛보다 도미노 피자를 좋아한다는 정보를 입력한다면, 피자헛 피자 그림을 도미노 피자의 피자 그림으로 바꾸고, 상표 등의 표장 콘텐츠도 도미노 피자의 것으로 바꾸어 준다. 이 과정은 피자 그림과 공급자 정보에 필드가 설정되어 있고, 각 필드 중 관련성이 있는 것은 연동하여 바뀌므로 본 과정이 가능한 것이다.

그러므로 본 과정은 다음과 같은 과정을 밟는다.

첫째, 광고 선택, 브랜드 선택, 캐릭터 선택, 성명, 나이, 좋아하는 것, 사는 곳, 학교, 학년 등의 자기 정보의 입력 과정을 거친다. 선택에는 상품 등의 명칭을 분류 단위로 하여 다수의 공급자의 상표 등의 표장 콘텐츠 또는 공급자의 명칭 등을 선택하게 할 수 있다. 예를 든다면 햄버거라는 상품 등의 명칭이 있을 때 맥도날드, 롯데리아, 버거킹, KFC 등이 상표 등의 표장 콘텐츠 또는 공급자가 될 수 있으므로, 이들 중 선택을 하는 것이다.

둘째, 학습 콘텐츠 제공자(80-2)가 학습 콘텐츠와 사용자가 입력한 자기 정보와 결합한다. 이 때 관계형 DB개념이 적용된다.

셋째, 학습자(80-1)에게 자기 정보가 일부 또는 전부가 반영된 학습 콘텐츠를 제공해 준다.

이때, 결합하는 정보는 사용자가 직접 입력한 정보와 연동되어 질 수 있는 정보도 결합이 된다.

가령 다음 문제에서 "강민수"는 학습자(80-1)가 직접 입력한 정보이며, 주소로서 관악구 신림 9동이라고 입력했다면, 학습 콘텐츠 제공자(80-2)는 신림 9동에서 가장 가까운 피자헛이 봉천 4거리에 있다는 것을 안다면 다음과 같은 학습 콘텐츠를 제공해 줄 수 있다.

강민수 어린이는 10,000원을 가지고 봉천 4거리에 있는 피자헛에 가서 20,000원을 내고, 15,000원짜리 수퍼수프림 피자를 하나 샀습니다. 얼마를 거슬러 받아야 할까요? 정답 5,000원

이렇게 되면, "봉천 4거리에 있는 피자헛"가 특정되게 되고, 특정된 피자헛을 통해서 주문이 있을 수 있게 된다. 이때, 학습자(80-1)의 주소에 관련하는 근거리의 공급자를 찾는 데는 GIS(지리정보시스템)를 사용할 수 있다.

이렇게 되면, 학습 콘텐츠가 오직 자신만을 위하여 만들어진다는 느낌을 주어 학습자(80-1)의 만족도가 증가되며, 학습 효과도 올라갈 뿐만 아니라 광고 효과도 상승한다.

자기 정보의 활용

즉, 광고 선택, 브랜드 선택, 성명, 나이, 좋아하는 것, 사는 곳, 학교, 학년 등등의 자기 정보의 입력이 있을 때, 입력 정

보를 필드로 하는 학습 콘텐츠가 있을 때, 학습 콘텐츠 제공자(80-2)는 학습자(80-1)가 입력한 자기 정보를 읽어서 학습 콘텐츠에 반영하여 사용자에게 제공하는 것이다. 이때, 이런 정보를 반영하여 학습물을 만든 것을 네트워크 상에서 전자 우편 방식으로 제공해 줄 수 있지만, 오프라인 매체인 CD-ROM, DVD, Floppy Disk, Zip Driver, 각종 MOD, PCMCIA카드, Compact Flash Memory Card, 각종의 메모리 스틱의 형태로도 제공될 수 있으며, 또한 인쇄, 프린팅 등의 하드카피(hard copy) 방식이 적용된 종이 매체의 형태로도 학습자(80-1)에게 제공될 수 있다.

광고 콘텐츠를 활용한 전자 상거래

기본적인 전자 상거래 모델

기본적인 예시

예를 들어 설명하면 다음과 같다

학습 콘텐츠와 본 발명이 제시하는 방법으로 결합되어 있는 광고 관련 콘텐츠 중에 피자 헛이라는 피자라를 상품의 공급자가 있고, 피자 헛에서 제공하는 각종 피자의 이름, 사진 또는 이미지에는 하이퍼링크가 결합되어 있다. 이것에 학습자(80-1)가 클릭 등의 상호 작용을 하면 피자헛에 구체적인 피자 상품(예를 들면 수퍼 수프림 피자 라지 사이즈)을 원격적으로 주문할 수 있는 네트워크 상의 공간 또는 장치, 사람에 접속된다. 여기에서 피자를 주문하고, 배달에 필요한 각종 정보를 입력 또는 전달하고, 피자의 배달과 관련하여 사전적으로 또는 사후적으로 대금을 결제하면 학습 콘텐츠와 본 발명이 제시하는 방법으로 결합되어 있는 광고 관련 콘텐츠를 이용하여 피자 헛의 피자라는 상품을 대상으로 한 전자 상거래에 과정이 성립된다.

상호 작용의 방식

광고 콘텐츠가 본 발명이 제시하는 방법으로 결합된 학습 콘텐츠가 있을 경우, 그 광고 콘텐츠에 대해 상호 작용하는 방법은 광고 콘텐츠가 학습자(80-1)에게 제시되는 방식 및 학습자(80-1)의 컴퓨터가 네트워크에의 접속 여부 및 공급자의 컴퓨터의 구성에 따라 다르므로 이하 각각의 경우에 대해 분설한다.

광고의 종류는 시각적, 청각적, 후각적일 수 있으며, 광고 콘텐츠에는 하이퍼링크가 연결되어 있을 수 있다. 이 하이퍼링크가 연결된 것에 클릭 등의 작용을 하면 학습자(80-1)(본 발명에서 학습자(80-1)는 학습을 하는 자 및 그 학습을 보조, 관리해 주는 자(교사 등을 포함함) 또는 그 학습자(80-1)의 법정대리인(부모, 후견인) 및 학습자(80-1)와 관련된 모든 사람을 말한다. 이하 같고, 이상도 같다)는 상품 또는 서비스를 주문할 수 있거나, 공급자 및 공급자를 대행, 중계하는 자등 공급자와 관련된 자에 대한 정보를 제공해 주는 공급자의 홈페이지, 상품 또는 서비스 또는 그 공급자에 대한 커뮤니티(communitiy) 또는 포럼(forum) 등에 접속할 수 있다. 또한, 공급자의 연락처 및 공급자를 대행, 중계하는 자등 공급자와 관련된 자의 연락처(휴대 통신용 번호를 포함함) 및 주소 등에 대한 정보도 알 수 있다.

학습 콘텐츠는 CD-ROM, DVD, Floppy Disk, Zip Driver, 각종 MOD, PCMCIA카드, Compact Flash Memory Card, 각종의 메모리 스틱 등의 오프라인 방식의 매체로도 제공될 수 있는데, 여기서도 본 발명 사상을 적용하여 관련된 광고 콘텐츠를 결합할 수 있다.(이하 같고, 이상도 같다). 학습자(80-1)의 컴퓨터가 인터넷 등의 네트워크에 연결되어 있지 않으면 학습자(80-1)는 다음과 같은 방식으로 자신이 원하는 것을 주문할 수 있다. 먼저, 컴퓨터에 내장된 프로그램에 의해서 자동적으로 전화를 걸어 상대방의 컴퓨터, 전화기에 상거래를 위한 의사표시와 이를 위한 관련된 정보(학습자(80-1)의 주소, 전화번호 등)를 남길 수 있다. 공급자 측이 ARS 시스템인 경우에는 학습자(80-1)는 그 ARS 시스템에 전화를 걸어 상거래를 위한 의사표시와 이를 위한 관련된 정보(학습자(80-1)의 주소, 전화번호 등)를 남길 수 있다. 이 ARS 시스템에 전화를 거는 것은 학습자(80-1)의 컴퓨터에 내장된 프로그램(ADM 등)이 할 수도 있다.

## 마우스의 오른쪽 버튼의 활용

콘텐츠(광고, 학습 포함, 오브젝트 포함)에 마우스의 오른쪽 버튼을 클릭(제3, 제4의 버튼이 있을 경우 이것을 포함, 애플사의 매킨토시처럼 버튼이 하나뿐인 경우는 MS 사의 windows 시스템이 채용하고 있는 오른쪽 버튼의 기능을 하는 것과 동일한 결과를 발생시키는 행위를 하는 경우, 기타 포인팅 디바이스에서도 같다.)을 클릭 했을 경우 원래 운영 시스템(OS)이 제공하는 메뉴만이 표시되는 것이 아니라, 그 콘텐츠와 관련된 메뉴 정보도 함께 표시된다. 이를 위해서는 다음과 같은 과정이 필요하다. OS 와 브라우저(browser)가 콘텐츠에 위치 했을 때, 콘텐츠가 제공하는 메뉴를 읽어 와서, 학습자(80 - 1)가 오른쪽 버튼을 클릭 했을 경우, 메뉴에 뿌려 준다.

그 메뉴에 들어갈 요소로는, 그 상품 또는 서비스를 구매하거나 이용할 수 있는 전자 상거래를 위한 장소(사이버 스페이스 상의 장소, 물리적 실체를 가진 장소에 대한 정보를 얻을 수 있는 것 포함(예를 들어서 피자 가게의 약도 등)포함, 이 장소는 복수 개가 있을 수 있다. 이를 표시하기 위해서 그 장소가 장소라는 상위 카테고리 개념 하에서 하위 메뉴로 복합적으로 나열될 수 있으며, 상하위 카테고리의 개념 없이 상하, 좌우로 통상적으로 나열될 수 있다.), 그 상품 또는 서비스의 공급자의 홈페이지 또는 웹사이트, 그 상품 또는 서비스에 대한 커뮤니티, 포럼 등이 위치하고 있는 곳으로 갈 수 있는 메뉴가 있어 이를 선택하면 그곳으로 갈 수 있다. 물론 별개의 창으로 표시하게 할 수도 있다. 오른쪽 버튼을 눌렀을 때 표시되는 정보에는 그 상품 또는 서비스에 대한 가격, 거래 조건 등에 대한 상품 또는 서비스에 대한 상거래를 위한 요약 정보가 표시될 수 있다. 또한, 오른쪽 버튼 메뉴에는 주문할 수 있는 루틴으로 연결시키는 메뉴, 자동으로 전화 주문하는 메뉴, 결제에 대한 메뉴, 가장 가까운 상품, 서비스의 공급지에 대한 정보를 담고 있는 메뉴(이를 위해서 아래 기술하는 위치 정보 분석, 자기 정보 등록(별도의 등록 과정 또는 ID/PW 등록할 때)과정을 결합시킬 수 있다.)가 있을 수 있다.

## 전자상거래 중개자(80 - 19)

### 전자 상거래 중개자(80 - 19)의 개념

학습자(80 - 1)가 광고 콘텐츠가 본 발명 사상이 적용되는 방식으로 학습 콘텐츠에 결합하는 경우에서 특정한 상품 또는 서비스에 대한 구매의사를 네트워크 상에서 표현할 때, 이 의사표시 및 상거래 과정을 중간에서 중개해 주는 자가 전자 상거래 중개자(80 - 19)로서, 이 자는 학습 콘텐츠 또는 광고 콘텐츠의 제공자이거나, 이와 특수한 관계에 있는 자이다. 간단히 설명한다면 학습자(80 - 1)와 상품 또는 서비스의 공급자 사이의 거래관계를 주선해 주는 자이다.

### 전자상거래 중개자(80 - 19)의 기능

#### 거래 중개 기능

예를 들어 설명하면 다음과 같다. 학습자(80 - 1)가 피자헛의 피자를 학습 콘텐츠와 결합되어 있는 광고 콘텐츠에 상호 작용하는 방식으로 주문하는 경우, 그 하이퍼 링크에 의해 전자 상거래 중개자(80 - 19)의 가상 공간으로 들어 오고, 이곳에서 구체적인 상품을 선택하고(이미 구체적인 상품을 선택한 경우, 즉 구체적인 상품에 대해 클릭 등을 한 경우. 물론, 이 경우라도 이곳에서 상품을 바꿀 수 있다.), 거래에 필요한 각종 정보(주소, 전화번호, 결제 등)를 입력하고 거래를 승인하면 전자 상거래 중개자(80 - 19)는 이 주문과 관련된 정보를 피자헛으로 전송해 주는 것을 대행한다.

#### 거래의 체결

이 거래 중개 기능은 다시 거래가 체결되는 상대방에 따라 다음과 같이 나눌 수 있.

첫째, 학습자(80-1)와 거래 중개자 사이에서 계약이 체결되고, 거래 중개자가 이 계약을 받아서 자신과 상품 또는 서비스 공급자와 별도의 계약을 체결할 수 있다. 이 경우, 거래 중개자는 도매상 또는 소매상의 역할을 한다고 볼 수 있다. 즉, 거래 중개자와 공급자 사이에서 먼저 계약이 성립되고, 개별 학습자(80-1)와의 계약이 후일 수도 있는 것이다.

둘째, 학습자(80-1)와 상품 또는 서비스 공급자 사이에 직접 거래가 체결되고(공급자가 중개자의 가상 공간에 나와서 손님과 계약하는 것에 비유할 수 있다), 거래 중개자는 거래의 성사에 대해서 쌍방 또는 일방에 대해서 거래 성사에 대한 보상을 받는 방식이다.

#### 거래 안내 기능

학습자(80-1)가 상품 또는 서비스를 구매할 수 있는 곳으로 안내해 주는 역할을 한다. 즉, 통상의 피자를 선택했을 경우, 중개자의 가상 공간에는 피자헛, 도미노피자, 미스터피자 등등의 각종 피자 공급 업체가 존재하고, 구체적인 곳으로 갈 수 있도록 안내해 주는 기능이다. 이 때 학습자(80-1)와 공급자 사이에서 거래가 체결되면 거래 중개자는 그 기여에 대한 보상을 받을 수 있다.

#### 분석, 진단, 추천, 차등적 할인율

분석과 그 결과를 반영한 문제의 제공

#### 개념

각 단위 학습 콘텐츠(문제, 장면, 과제, 학습 단위, 교육 단위 등)마다 복수개의 진단 태그 또는 인덱스(tag or index, 이하 인덱스라 한다.)가 붙어 있을 수 있다. 인덱스는 각 단위 학습 콘텐츠가 속하는 분야, 표준 교육 과정 상의 지위, 문제의 고유번호, 난이도, 문제가 요구하는 능력의 종류, 그 능력이 필요로 하는 정도의 가중치, 제한 시간 등이 하나 또는 복수 개가 결합될 수 있다.

예)

문제 : 본 발명은 학습 콘텐츠 제공 방식 : 강민수 어린이는 10,000원을 가지고 (82-3)맥도널드 햄버그 가게로 가서 3,000원짜리 빅맥 세트 1개(82-4)와 3,000원짜리 맥너겟 세트 2개(82-5)를 샀습니다. 얼마를 거슬러 받아야 할까요? 정답 1,000원

인덱스 정보 - 초등학교, 수학, 6년차 과정, 난이도 level 7, 수치 계산 능력 0.7, 수치 적용 능력 0.5, 수식화 능력 1.0, 도형에 대한 이해 능력 0.8, 수학적 이해 능력 0.3, 제한 시간 2분 등의 각 문제에서의 분석 인덱스가 붙을 수 있다.

#### 개념적 구성과 이 방법의 도입 시의 장점

이 인덱스를 붙인 것의 장점은 다음과 같다.

첫째, 통계적으로 의미 있는 충분한 개수의 문제를 풀게 하거나 단위 학습 콘텐츠를 통하여 학습을 하게되면 컴퓨터의 자료 처리 능력을 활용한다면 다양하고도 총체적인 각종의 분석 자료를 만들어 낼 수 있다. 즉, 한 학습자(80-1)에 대한 종합적인 진단이 가능하게 된다. 국가가 지정하는 정규 교과목의 학습 커리큘럼의 설계에는 각 과목별 성취해야 할 능력을 분류하고 있고, 이 분류를 능력 분류의 체계의 한 예로 채용할 수 있다.

둘째, 앞으로 나올 문제를 포함한 단위 학습 콘텐츠들을 학습자(80-1)의 총체적인 분석 자료를 바탕으로 하여 학습자(80-1)가 부족한 부분을 증점적으로 고려하여 문제 풀(pool)을 포함한 단위 학습 콘텐츠 풀에서 학습 자료를 뽑아 학습자(80-1)에게 제시할 수 있다. 예를 들면, 인덱스 중 도형에 대한 이해 능력이 부족하다고 평가된 학생에게는 도형

과 관계된 문제를 다른 능력을 기르는데 더 도움이 되는 단위 학습 콘텐츠보다 더 자주 학습자(80-1)에게 제공하여 학습자(80-1)의 총체적인 능력을 끌어 올리는데 도움을 줄 수 있다. 또한, 어휘력이 부족하다고 평가된 학습자(80-1)들에게는 어휘력을 신장시키는데 도움이 많이 되는, 즉 인덱스 중 어휘력에 대한 항목에 가중치가 높은 단위 학습 콘텐츠를 학습자(80-1)에게 제시할 수 있다. 이렇게 되면, 학습자(80-1)의 학습의 효율은 임의 순서 또는 방식(in random order or way)로 하는 것보다 월등히 올라간다.

셋째, 학습자(80-1)의 능력이 분석되고, 이것이 시간을 두고 축적되면, 이 자료를 바탕으로 학습자(80-1)에 대한 각종의 조언 또는 추천을 할 수 있다.

#### 과정 모델

본 개념의 발현 과정은 다음과 같다.

첫째, 인덱스가 붙어 있는 학습 콘텐츠를 학습자(80-1)에게 제시한다.

둘째, 학습자(80-1)가 학습한다.(문제 푸는 과정 포함)

셋째, 학습자(80-1)의 학습 결과가 학습 콘텐츠 제공자(80-2)에게로 전송된다.

넷째, 학습 콘텐츠 제공자(80-2)의 학습 분석 엔진(80-8)이 학습자(80-1)의 학습 결과를 분석하고, 분석 결과를 학습자(80-1) DB(80-4)에 저장한다.

다섯째, 분석 결과를 바탕으로 하여, 학습 콘텐츠 DB(80-3) (80-3)에서 학습자(80-1)에게 최적화된 학습 콘텐츠를 추출한다.

여섯째, 그 최적화된 학습 콘텐츠를 학습자(80-1)에게 제공한다.

일곱째, 선택적으로 학습자(80-1)의 요구시 분석 결과 및 시계열적인 학습 결과를 학습자(80-1)에게 제공한다.

가상 공간에 분석 자료의 표시

네트워크 상의 교육 시스템(CD-ROM, DVD, Floppy Disk, Zip Driver, 각종 MOD, PCMCIA카드, Compact Flash Memory Card, 각종의 메모리 스틱, HDD, RAM)에 저장된 콘텐츠를 포함하여 네트워크와 연결되어 있거나 독자적으로 운영되는 교육 시스템 포함, 이하 같다) 학습자(80-1)에게 자신의 학습과 관계된 자신만의 가상 공간(cyber space - 이는 네트워크 상에 있을 수도 있으며, 학습자(80-1)의 학습 컴퓨터(PC 등)에 있을 수도 있다.)에 학습자(80-1)의 총체적인 능력을 분석하는 자료를 시간적으로 축적하고, 그래프 등으로 시각적으로 분석 결과를 제시해 줄 수 있다.

#### 추천

##### 기본 구성

분석 결과를 참조하여 그 부족한 부분을 메꾸어 줄 수 있는 각종 온라인 또는 오프라인 상의 각종 학습물, 동영상 강의, 관련 자료, 전문 사이트, 학습지, 도서, 사전, CD-ROM, DVD, Floppy Disk, Zip Driver, 각종 MOD, PCMCIA카드, Compact Flash Memory Card, 각종의 메모리 스틱, 학원(이하 '학습물'이라 한다.) 등을 추천해 줄 수 있다.

추천 과정은 다음과 같다.

학습자(80-1)의 학습 수행 결과를 시간적으로 축적하고, 그 결과를 정해져 있는 분석 기준을 통해서 통계적 처리 분석하고, 학습자(80-1)가 부족한 부분을 발견하고, 이 부족한 부분을 중점적으로 보완해 줄 수 있는 학습물을 학습물 DB에서 찾아 내고, 이를 학습자(80-1)에게 제시한다. 이에 학습자(80-1)가 단수 혹은 복수개의 학습물 중 하나 또는 복수개를 선택하고, 비용을 지불하면 거래가 완결된다.

#### 응용구성

상기의 추천 과정에서 검색의 개념을 도입하여 분석이 아닌 학습자(80-1) 스스로의 입력을 받아 추천 과정을 전개해 나갈 수 있다. 즉, 학습자(80-1) 스스로가 자신이 부족하다고 느끼는 부분이나, 능력 배양이 필요하다고 느끼는 부분을 입력하면 추천을 담당하는 프로그램이 학습자(80-1)의 요구 조건에 맞는 학습물을 DB에서 찾아 학습자(80-1)에게 제시할 수 있다. 기본 구성과 응용 구성에는 물론, 조건의 입력(비용, 수준, 분야 등)이 채용될 수 있으며, 아울러 학습물에 대한 부분적인 구매나 추천도 허용될 수 있다. 즉, 영문법 전체에 대한 학습물을 구매나 추천하는 것이 아니라, 부정사(infinitive)에 대한 것만 구매하거나 추천해 줄 수 있다. 이는 특히, 인덱스를 활용할 경우 더욱 효과적이다. 또한, 각종 구매나 추천 시 그 추천이 나오게 된 과정 및 기반이 되는 자료의 제시도 아울러 제공될 수 있다. 구매나 추천 과정에서 상거래가 일어나게 되면, 본 과정을 주관하는 학습 시스템은 전자 상거래 중개자(80-19)가 된다.

#### 학습 수행 결과에 따른 각종 보상 장치의 구성

##### 보상이 발생할 수 있는 이유

첫째, 본 발명 사상이 적용되는 학습 콘텐츠에는 광고 개념이 결합되어 있으므로, 본 학습 콘텐츠로 학습하는 자는 광고에 노출되게 되므로, 자연적으로 광고 효과가 발생하게 된다. 학습자(80-1)는 이에 대해서 정당한 보상을 받을 권리가 있는 것이다.

둘째, 학습자(80-1)가 학습 시스템을 통하여 상거래를 하는 경우, 학습 시스템은 전자 상거래 중개자(80-19)가 되고, 학습자(80-1)가 직접 오프라인 상에서 상거래를 하는 것보다 저렴한 비용이 들게 된다.(예를 든다면, 전화로 주문할 경우의 전화비, 가서 주문할 경우의 교통비, 시간 비용 등이 든다.) 또한 전자 상거래 중개자(80-19)는 복수 개의 학습자(80-1)로부터의 주문과 거래를 매개하기 때문에 개념상 도매상의 역할을 할 수 있게 되고, 도매 주문은 일정한 할인 이상을 받을 수 있으므로, 이 할인된 폭의 일부 또는 전부를 학습자(80-1)에게 제공해 줄 수 있는 것이다.

셋째, 학습 콘텐츠 제공자(80-2)는 학습자(80-1)에게 광고를 노출시킨 기여가 있으므로, 광고주들로부터 소정의 광고비 상당액을 받을 수 있으므로, 이 중 전부 또는 일부를 학습자(80-1)에게 되돌려 줄 수 있는 것이다.

##### 보상 관리 프로그램

학습자(80-1)의 광고 노출에 대하여 보상이 발생하는 경우는 보상 관리 프로그램(80-5)이 관리할 수 있다. 특히, 학습자(80-1)의 컴퓨터에 보상 관리 프로그램(80-5)이 있을 경우는 광고 노출에 대한 보상은 보상 관리 프로그램(80-5)이 관리할 수 있다.

차등적 할인율 - 주문 대행자, 중개자로서의 Center 개념 도입 학습자(80-1)의 학습 시간이 오래되면(즉, 학습자(80-1)가 열심히 공부한다면) 그만큼 광고에 많이 노출되는 것이기 때문에 학습 시간은 학습자(80-1)에 대한 할인율을 결정하는 중요한 기준이 될 수 있다. 학습의 성취도가 높은 경우에도 성취도에 비례하거나, 관계하는 할인율을 적용할 수 있다. 성취도는 만점이나 최고 학습 수행정도에 얼마나 근접한가를 따지는 절대적 성취도 및 월, 주, 과목별 비교를 통해 성취도의 시간적, 교과별 변화에 관계하는 상대적 성취도가 있다. 성취도가 보상에 관계하는 이유는 성취의 수준이 높을수록 학습에 몰입했을 확률이 높으며, 그만큼 광고에 노출되었을 확률이 높기 때문이다.



이외에도 수치화 개량화 시켜 낼 수 있는 학습자(80-1)의 결과물의 정액 또는 정률제의 할인 쿠폰, 상품권 또는 조건을 붙이는 상품권(예를 든다면 '수퍼수프림 피자 라지를 주문한다면 샐러드를 공짜로 주는 권리'를 기록한 채권), 마일리지(할인에 쓸 수 있는 총금액으로 업체별로 다를 수 있으며, 상품이나 서비스 별로 총금액을 적립시켜 나갈 수 있다.) 등을 결합할 수 있다.

#### 차등적 할인율을 적용한 전자상거래

자신이 학습한 결과 또는 성과에 의해 자신이 특정 상품이나 서비스에 대해서 받을 수 있는 할인율이 학습 콘텐츠 제공 시 표시된다. 학습 시스템이 각 상품이나 서비스에 대한 할인 관련 DB를 참조하여 학습자(80-1)의 학습 수행 결과를 반영하여 할인율을 계산한 것이 표시되는 방법은 첫째, 학습 콘텐츠에 오른쪽 버튼을 클릭 했을 경우 메뉴 등에, 학습창(windows)의 하단 부분에 상품 또는 서비스와 함께 제공해 주는 경우, 학습자(80-1)의 학습 시스템 상에서 상품이나 서비스 관련하여 할인 관련 정보만 모아 놓은 DB 또는 공간에서 할인율을 표시하는 방법, 전자 상거래 중개자(80-19)를 통해서 전자 상거래를 할 때 표시해 주는 방법 등이 있다. 즉, 차등적 할인율에 대한 정보는 학습 및 상거래의 어느 과정에서나 개입 되고 표시될 수 있다.

예를 들면 학습한 결과 또는 성과에 해당하여 5시간 공부한 사람에게는 5%의 할인율이 적용되고, 10시간 공부한 사람에게는 10%의 할인율이 20시간을 공부한 사람에게는 13%의 할인율이 적용되는 방식이다. 할인 금액의 개념이 적용될 수 있는데, 이 때에도 차등적으로 적용될 수 있다. 이 할인율 또는 할인 금액은 함수로 표시가능하다. 예를 들면 할인율의 계산에 단지 시간만이 들어간다면 예를 들어 할인율 =  $[20 \cdot \text{root}(0.01^*)]$ , ([는 가우스 기호) 이라면  $t = 0$  이면 할인율 = 0,  $t = 10$  시간이면 할인율 = 6% 처럼 된다. 할인 금액도 마찬가지로 상품 또는 서비스 및 공급 업체별로 상황에 따라 다변수 함수 형태로 만들 수 있다. 가장 간단한 방식으로서는 일정한 수준 이상을 공부하면(cut off 방식) 일정한 할인율을 제공하는 방법도 도입할 수 있다. 이 개념을 적용하면, 공부를 열심히 할수록 더 저렴한 피자를 먹을 수 있기 때문에 학습자(80-1)의 학습 욕구가 증대되고, 피자의 주문도 늘어나 전자 상거래가 활성화 될 수 있다.

#### 분석 자료별 할인율 개념을 적용한 구성

어떤 특정 부분 또는 인덱스의 분류 상에서 뛰어난 성취를 보였을 경우에도 상기의 차등적 할인율을 적용한 전자 상거래 과정을 적용할 수 있다. 즉, 학습자(80-1)는 자신의 학습의 노력에 대해서 다면적으로 할인을 받을 수 있는 것이다. 즉, 전체의 성취도 예를 들면 평균 점수가 좋을 경우, 그 정도에 따라 차등적 할인율을 적용할 수 있으며, 일부분의 성취도가 아주 높을 경우 그에 따른 보상도 가능하다. 또한, '수식화 능력'처럼 인덱스의 특정한 한 분류에 대해서도 높은 성취 수준을 보인 경우, 그 수준에 따라 차등적 할인율이 적용될 수 있다.

차등적 할인율 또는 할인 금액, 할인 쿠폰, 상품권(조건별 포함),

#### 할인 마일리지의 제시 방법

전자적인 거래의 과정에서는 거래의 성립 과정에서 차등적 할인율이 표시되거나, 내부 DB에 의해 계산되어 있고, 이것이 전자 상거래의 결제 과정에서 개입하게 되어, 학습자(80-1)가 최종적으로 결제해야 할 금액이 줄어들게 된다. 온라인 전자상거래 방식으로 상품 또는 서비스를 구입할 수 없을 때는 차등적 할인율 또는 할인 금액, 할인 쿠폰, 상품권(조건별 포함), 할인 마일리지 등은 다음 방식으로 작동한다. 차등적 할인율 또는 할인 금액, 할인 쿠폰, 상품권(조건별 포함), 할인 마일리지이 표시된 권리 증서가 학습자(80-1)의 컴퓨터에 의해서 자동적으로 만들어 지며, 이 증서에는 고

유 번호가 붙어 있을 수 있다. 이 권리 증서를 출력해서 제시하거나, 고유 번호를 전화로 주문할 경우 불러주거나, 입력하면 할인이 성립하게 된다. 이 경우, 한 번 출력이 되거나, 고유 번호가 한번 생성된 이후라면 그 만큼 또는 그에 관련된 만큼 전체 또는 부분별 크레딧(학습 수행 결과 또는 성과에 대응하는 수치)가 감소하게 된다.

수학영어

수학영어/산수영어

개념

수학영어란 수학(산수 포함한 개념임)과 영어(기타 외국어를 포함하는 개념이며, 이하 같다)를 결합하는 공부 방식을 말한다. 예를 들어 설명하면 다음과 같다.

예)수학부분 :  $1 + 2 = 3$ , 영어 부분 : One plus two equals three.(발음 포함)

예)수학 부분 : 1,2,3의 평균값? 답 2 : What is the mean of one, two, three? It's two.(발음 포함)

숫자, 기호, 도형, 질문, 답, 해설, 문제와 해답을 구성하는 구성 요소 낱말(1(숫자), slope(변)), 용어(triangle 등), 문제나 답을 구성하는 그림 또는 이미지, 개념 단위, 학습 콘텐츠 구성 단위(이하 '학습 콘텐츠 구성 오브젝트'라 한다)에 영어를 비롯한 외국어를 결합할 수 있다. 즉, 영어권 사람이 본 수학 학습 콘텐츠 및 학습 콘텐츠 구성 오브젝트에 대응하는 영어로 된 음성, 문자를 디지털 콘텐츠화 시켜 양자를 관계지운다.

영어를 불러 내는 과정

e - icon

영어 콘텐츠가 결합되어 있음에 대한 표시로서 e - icon을 생각할 수 있다.

e - icon은 이미지 속성을 가지며, 수학 콘텐츠를 구성하는 모든 콘텐츠 위 또는 주변에 붙을 수 있으며, 색상, 아이콘의 구성, 디자인 등에 의해서 별개의 기능을 수행하기도 한다. 즉, 학습 콘텐츠 구성 오브젝트에 붙어 있는 이 e - icon에 학습자(80 - 1)가 상호 작용을 하면 그에 대응하는 영어가 튀어 나오게 된다. 즉, " $1 + 2 = 3$ "이란 학습 콘텐츠 구성 오브젝트 전체에 붙어 있는 e - icon에 대하여 상호작용을 하면 그 오브젝트에 대응하는 영어 부분인 "One plus two equals three."라는 문장이 나오거나, 이에 대응되는 음성이 나오게 된다.

on/off 기능을 포함한 선택 기능

학습 콘텐츠 구성 오브젝트에 e - icon이 없는 경우에도 학습 콘텐츠 구성 오브젝트가 객체 단위로 인식되고 그 객체에 해당하는 영어 부분이 있는 경우, 그 객체에 작용을 하면 영어가 튀어 나오게 된다.상기의 예에서 '1', '+', '2' 등이 오브젝트가 될 경우 이들에 상호작용(클릭은 물론, 마우스 등의 포인팅 디바이스를 갖다 대는 것도 상호 작용에 속할 수 있다. 이하 같고, 이상도 같다)을 하면 각각 'One', 'plus', 'two'가 대응되어 출력(화면, 소리 출력 포함)되며, ' $1 + 2 = 3$ '가 객체로 될 경우는 'One plus two equals three,'가 출력되게 된다.

이때 필요한 것이 on/off 기능을 포함한 선택 기능이다. 마우스의 움직임에 따라 즉각적으로 영어가 나온다면 혼란스러울 수가 있다. 이때, 영어 출력 기능 또는 오브젝트의 규모(낱말을 오브젝트로 할 것인가의 문제로, 한 학습 구성 콘텐

츠 단위에 대해서 오브젝트의 크기를 얼마만 하게 할 것인가의 정도 문제)에 대하여 on/off 스위치 기능, level 선택 기능을 포함한 각종 기능을 선택할 수 있는 선택 기능이 결합될 수 있다. 예를 든다면, 영어 부분에서 on 기능을 선택할 때만이 결합된 영어 콘텐츠가 출력되게 되는 것이다. 또한, 오브젝트의 크기 level을 문제 단위로 한다면 전 문제가 한 덩어리가 되어 음성 또는 문자로 출력되게 되고, 최소 단위로 한다면 문자, 기호, 용어 수준으로 오브젝트가 분리되어 각각 학습자(80-1)의 상호작용에 따라 음성 또는 문자로 출력된다. 물론, 모든 오브젝트 또는 모든 수준의 오브젝트에 영어가 결합되어 있을 필요는 없다.

#### 광고 콘텐츠에 대한 영어 콘텐츠의 결합

광고 콘텐츠도 학습 콘텐츠 구성 오브젝트처럼 오브젝트 단위를 도입할 수 있다. 이들 각각의 오브젝트 또는 각 level의 오브젝트에 영어가 결합될 수 있다. 즉, '피자헛의 슈퍼수프림 피자 라지 사이즈' 그림이 있을 경우 이 오브젝트에 해당하는 영어인 'super supreme pizza of large size. You can enjoy it at pizza hut' (단순 직역일 필요는 없음)이 나올 수 있다.

#### 효과

수학을 공부하면서 동시에 영어를 함께 공부할 수 있다. 즉, 수학을 미국인들이 미국에서 공부하는 듯이 배울 수 있어 동시학습 및 직독직해, 직청직해 능력이 길러 진다. 어린이 학습자(80-1)의 경우, 자신이 학습 콘텐츠 구성 오브젝트에 아이콘을 델 때마다 영어 소리가 나기 때문에 흥미를 가지게 할 수 있다.

#### 다른 학습 콘텐츠와 영어의 결합

과학이나 사회과목(역사 인문, 지리 등등)의 학습 콘텐츠에 그 콘텐츠를 구성하는 학습 콘텐츠 구성 오브젝트 개념을 도입하면 상기의 수학영어에 대한 과정을 그대로 적용할 수 있다.

#### 종이로 된 광고 콘텐츠 결합 학습물

상기의 본 발명의 사상이 전부 또는 일부가 적용되어 만들어 진 광고 콘텐츠와 학습 콘텐츠가 결합된 학습물의 내용 부분이 모니터 등의 표시장치 표시되는 대로가 흑백 또는 컬러로(색깔의 변화 및 차이를 허용한다.) 종이 위에 학습할 내용 부분으로 인쇄된 것이 종이로 된 광고 콘텐츠 결합 학습물이다.

#### [발명의 효과]

본 발명은 효과는 다음과 같다.

첫째, 학습 콘텐츠에 자신들의 생활과 밀접한 관계가 있는 것들이 포함되어 있으므로 학습의 흥미를 유도할 수 있음과 아울러 학습에 대한 집중도를 높이며, 학습에 대한 기억이 오래간다.

둘째, 학습자(80-1)는 학습을 하는 과정에서 광고에 노출되므로, 광고주는 높은 광고 효과를 유도할 수 있어 이는 상품 또는 서비스의 소비 증대로 이어져 산업 발전에 기여한다.

셋째, 학습자(80-1)는 학습 과정이 광고 노출 과정이므로 광고 효과에 따른 정당한 보상을 받을 수 있어 학습을 하면서 돈을 벌 수 있다.

넷째, 학습자(80-1)는 학습 콘텐츠 상에 존재하는 광고 콘텐츠에 상호작용함으로써 그 광고 콘텐츠가 제시하는 상품 또는 서비스에 대하여 전자 상거래를 곧바로 할 수 있기 때문에 전자 상거래 과정이 간편해 진다.

다섯째, 학습의 결과가 높을수록 더 높은 할인율을 적용받는 차등적 할인율 시스템의 도입으로 인하여 공부를 열심히 할수록 더 높은 할인율 받아 더 저렴한 가격에 상품 또는 서비스를 구매 또는 이용할 수 있다.

여섯째, 수학영어라는 개념을 통해서 수학 또는 산수와 영어를 동시에 공부할 수 있게 하며, 아울러 다른 과목과 영어를 동시에 학습할 수 있도록 해 주어 학습의 효과 및 효율을 높인다.

일곱째, 분석과 진단을 자동화하며 추천의 개념을 도입하여 학습자(80 - 1)에게 최적화된 학습 콘텐츠를 제공해 줌으로써 학습의 효과를 높이고, 전자상거래를 효과적으로 생성시킨다.

#### (57) 청구의 범위

##### 청구항 1.

광고 콘텐츠를 오프라인 방식 또는 온라인 방식으로 제공받아 이 콘텐츠를 사용자의 컴퓨터의 내부 기억 장치에 이식되는 제 1과정과

사용자 컴퓨터의 광고 관리 프로그램이 제 1 과정에서 이식되는 콘텐츠를 DB화하여 저장하고 관리하는 제 2과정과

사용자가 네트워크의 콘텐츠 제공자에게 접속하였을 때 사용자의 요구나 콘텐츠 제공자의 의사에 의해 광고 콘텐츠가 제공되는 제 3과정과

광고 관리 프로그램이 제 3과정의 광고 콘텐츠가 사용자의 컴퓨터의 내부 기억 장치에 있는 광고 콘텐츠와 동일한가를 파악하는 제 4과정과

제 4과정에서 동일할 경우, 광고 콘텐츠는 네트워크로부터 전송받는 것이 아니라, 사용자의 컴퓨터의 내부 기억 장치에 있는 광고 콘텐츠로부터 가져와서 사용자에게 출력해 주는 제 5과정을 특징으로 하는 광고 콘텐츠 전송 방법

##### 청구항 2.

텍스트 콘텐츠에서 상품 등의 명칭을 추출해 내는 제 1과정과

상품 등의 명칭에 해당하는 것들을 공급해 주는 공급자를 찾아 내는 제 2과정과

그 공급자들의 상표 등의 표장 콘텐츠를 상품 등의 명칭에 부착하는 제 3과정과

상표 등의 표장 콘텐츠가 결합된 텍스트 콘텐츠를 사용자들에게 제공하는 제 4과정을 포함하는 것을 특징으로 하는 디지털 콘텐츠에 상표 등의 표장 콘텐츠를 부착함으로써 광고하는 방법

##### 청구항 3.

정보 공개의 주체인 공개자가 자기의 상품 또는 서비스에 대한 구매 또는 이용 정보를 정보 관리 센터에 공개하는 제 1단계와

정보 관리 센터가 이를 상품 또는 서비스의 공급자에게 제공하는 제 2단계와

상품 또는 서비스의 공급자가 광고 콘텐츠를 정보 관리 센터로 제공하는 제 3 단계와

정보 관리 센터가 광고 콘텐츠를 공개자에게 전달하는 제 4단계를 포함하는 것을 특징으로 하는 광고 콘텐츠 제공 방법

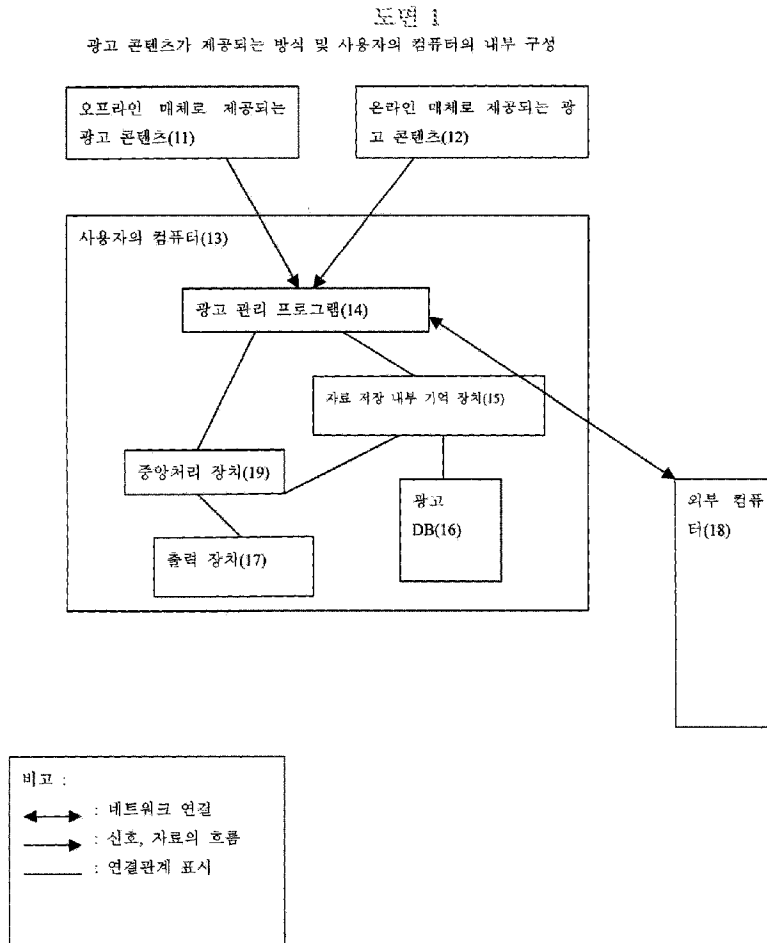
##### 청구항 4.

학습 콘텐츠를 분석하는 제 1단계와

학습 콘텐츠와 관계하는 상품 또는 서비스의 광고 콘텐츠를 결합하는 제 2단계와

광고 콘텐츠가 결합된 학습 콘텐츠를 학습자(80-1)에게 제공하는 제 3단계를 포함하는 것을 특징으로 하는 학습 콘텐츠 제공 방법

도면



도면 2

광고 콘텐츠 및 광고 지시 콘텐츠의 구성

